

MAKNA TANDA DALAM IKLAN CERDIKIAWAN GOJEK INDONESIA

Andi Puteri Mangkawani, Johar Amir, dan Nensilanti

Program Studi Bahasa Indonesia Program Pascasarjana Universitas Negeri Makassar
Jalan Bonto Langkasa, Makassar, Sulawesi Selatan
andiputerimangkawani@gmail.com



INDONESIA: Jurnal Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia berada di bawah lisensi *Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License*.

Abstract: The Meaning of Signs in Gojek Indonesia Cerdikiawan. This research aims to describe the meaning of the sign in advertising cerdikiawan gojek Indonesia. The data obtained are qualitative data, namely all forms of connecting the verbal or nonverbal statement into icon, index, and symbol contained in ads cerdikiawan gojek Indonesia. Sources of data obtained through the youtube page Gojek Indonesia. The theory used is the theory of sign systems, and semiotic approach belonged to Charles Sanders Peirce. Qualitative descriptive method is used to determine the overall meaning cerdikiawan ads gojek Indonesia. The results obtained show that: (1) the meaning of the sign messages in the Indonesian Cerdikiawan Gojek adverts resulted in Cerdikiawan's contemporary vocabulary represented from present life; dan (2) the taxation and narration presented in the advertisements became a satire for today's society.

Keywords: advertising, semiotics peirce, gojek

Abstrak: Makna Tanda Dalam Iklan Cerdikiawan Gojek Indonesia. Penelitian ini, bertujuan untuk mendeskripsikan makna tanda dalam iklan cerdikiawan gojek Indonesia. Data yang diperoleh merupakan data kualitatif, yaitu segala bentuk yang menghubungkan pernyataan verbal atau nonverbal menjadi ikon, indeks, dan simbol yang terdapat dalam iklan cerdikiawan gojek Indonesia. Sumber data diperoleh melalui laman youtube Gojek Indonesia. Teori yang digunakan adalah teori sistem tanda, dengan pendekatan semiotika milik Charles Sanders Peirce. Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk mengetahui pemaknaan secara menyeluruh iklan cerdikiawan gojek Indonesia. Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa: (1) makna pesan tanda dalam iklan Cerdikiawan Gojek Indonesia menghasilkan kosa kata kekinian Cerdikiawan yang direpresentasi dari kehidupan masa kini; dan (2) persajakan dan narasi yang dihadirkan dalam iklan menjadi sindiran bagi masyarakat masa kini.

Kata kunci: iklan, semiotika peirce, gojek

Iklan merupakan kebutuhan integral dalam kehidupan manusia masa kini. Sifat persuasif dan informatif pada setiap iklan terintegrasi dalam pencitraan yang disuguhkan ke publik. Iklan yang dijadikan sebagai media pembawa sebuah pesan berubah menjadi komunikasi instan dalam kehidupan. Artinya,

perkembangan periklanan masa kini merubah pola hidup menjadi lebih konsumtif. Berdasar pada pola hidup tersebut, dibutuhkan metode dan strategi yang mengimbangi perkembangan zaman. Lee & Johnson (2004) menjelaskan bahwa periklanan adalah komunikasi komersil dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan

produk-produknya yang ditransmisikan ke suatu khalayak target, melalui media bersifat massal. Perihal ini kreativitas dalam penyampaian iklan harus jelas dan bersifat global. Sepadan dengan hal tersebut, Morris (2015) menyatakan bahwa iklan yang kreatif adalah iklan yang berasal dari ide orisinal, memiliki nilai artistik dan estetik, serta mampu memenangkan penghargaan. Kreativitas dalam sebuah iklan akan menunjukkan visualisasi yang lebih menarik.

Tetapi, fakta yang terjadi pada masa disrupsi sekarang ini iklan yang ditampilkan akan menyuguhkan pencitraan dengan tujuan terviralkan. Kehidupan milenial masa kini lekat dengan popularitas, guna mendapatkan citra di berbagai media. Begitupun dengan teknik promosi iklan masa kini. Iklan yang ditampilkan mengaitkan kehidupan manusia dengan tampilan yang lebih mendramatisasi.

Ketika proses penyampaian materi iklan tidak sepenuhnya memberikan pengertian yang sesungguhnya, permasalahan mulai muncul dan memberikan berbagai perspektif berbeda-beda dari setiap masyarakat konsumen. Permasalahan ini, menitikberatkan tentang peran makna dan tanda yang dapat mengungkapkan totalitas makna sebuah iklan. Manusia hanya berkomunikasi dengan tanda dan tanda dalam kehidupan manusia merupakan gerak dan isyarat (Tinarbuko, 2004). Mata tidak hanya sekedar melihat yang tampak, tetapi turut memaknai sebagaimana yang telah dilaluinya sebagai pengalaman. Perihal yang tampak pada iklan ini merupakan kata-kata dan gestur tubuh yang menimbulkan representasi yang berbeda-beda dari setiap individu. Proses ini dinyatakan sebagai proses dialektis.

Dialektis melibatkan suatu proses penciptaan makna atas simbol-simbol yang digunakan, mewakili kata tertentu dalam konteks yang spesifik dan interpretif dalam bingkai budaya (Max, 2018). Oleh karena itu, iklan tidak hanya sekedar memperkenalkan sesuatu yang dibutuhkan seseorang, tetapi memberikan perbandingan relevan dengan keresahan yang dilalui seseorang dalam menjalani kehidupan.

Penelitian ini, berfokus pada iklan yang menghasilkan kosa kata kekinian. Salah satu iklan yang menarik dan menghasilkan kosa kata kekinian adalah iklan gojek

Indonesia. Gojek merupakan salah satu aplikasi penyedia jasa transportasi *online*. Kehadiran gojek di masa serba instan mendukung berbagai aktifitas manusia dalam keseharian. Berbagai fitur yang ditawarkan melalui aplikasi memudahkan beberapa kalangan. Iklan-iklan yang disuguhkan senantiasa terinspirasi dari ritme kehidupan sehari-hari. Namun, tidak banyak yang memahami bahwa iklan yang ditampilkan sering kali mengaburkan makna tanda yang tampak. Lambang verbal dan nonverbal menjadi tidak relevan, dan menghasilkan kosa kata kekinian. Yunus (2018) dalam penelitiannya tentang gojek sebagai simbol perubahan sosial dan ekonomi di Kota Tegal menemukan bahwa terdapat perubahan perilaku sosial dan ekonomi terhadap kehadiran gojek. Perubahan sering kali diartikan sebagai bentuk pembaharuan, tetapi terdapat ketidaksadaran seseorang dalam menerima pembaharuan termasuk memahami tanda dalam iklan.

Hasil penelitian terdahulu menjadi acuan peneliti untuk mengembangkan kajian berdasarkan sudut pandang yang lebih terbaru. Kondisi tersebut, menunjukkan bahwa terdapat proses memproduksi makna dalam menciptakan identitas kepada masyarakat konsumen. Alur penceritaan dalam iklan cerdikiawan Gojek Indonesia menghadirkan tanda yang direpresentasikan sebagai realitas sosial. Agar kesatuan makna tanda yang menjadi latar belakang sebuah iklan dapat dipahami dengan baik, kehadiran tanda-tanda yang terkandung dalam iklan tersebut menjadi menarik untuk diteliti. Oleh karena itu, salah satu cara yang efektif untuk mengetahui kehadiran tanda dalam merepresentasikan kehidupan sosial dalam iklan cerdikiawan gojek Indonesia adalah dengan menggunakan semiotika. Untuk mengungkap permasalahan tersebut, teori yang dapat digunakan adalah teori semiotika Charles Sanders Peirce.

Iklan Cerdikiawan Gojek Indonesia akan diinterpretasikan dengan cara mengidentifikasi tanda-tanda yang terdapat dalam iklan, (baik verbal maupun nonverbal) sehingga akan terlihat berbagai makna yang dimunculkan dari kehadiran tanda-tanda tersebut. Oleh sebab itu, tulisan ini akan membahas perihal bagaimana proses makna tanda dalam iklan kekinian gojek Indonesia,

serta mengetahui representasi kosa kata kekinian yang dihadirkan pada iklan gojek Indonesia.

METODE

Semiotika sebagai metode analisis merupakan salah satu pendekatan dalam menelaah sesuatu yang berhubungan dengan tanda. Untuk mengkaji iklan Cerdikiawan Gojek Indonesia, analisis data yang digunakan adalah analisis semiotika Charles Sanders Peirce berdasarkan hubungan antara representamen dan objeknya yakni ikon, indeks, dan simbol. Penelitian ini, menggunakan pendekatan kualitatif yang diikuti pemaparan secara deskriptif.

Subjek penelitian ini adalah iklan gojek Indonesia yang bersumber dari laman *youtube* gojek Indonesia. Pengumpulan data penelitian ini disusun dalam bentuk narasi yang bersifat kreatif dan mendalam, serta menunjukkan ciri-ciri alamiahnya.

Teknik analisis data kualitatif ini menggunakan model interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman (Gunawan, 2013) mencakup tiga kegiatan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL

Interpretasi Makna Jenis Tanda Ikon

Berdasarkan hasil identifikasi tanda yang dilakukan dalam iklan Cerdikiawan Gojek Indonesia, diperoleh 13 tanda jenis ikon. *Scane* pembukaan iklan melekatkan ikon model laki-laki. Model laki-laki berperan sebagai tokoh utama. Tampak dalam iklan, model laki-laki ini diibaratkan sebagai cerdikiawan. Berdasarkan hubungan tanda dan objek pada tanda ikon, maka tanda dan objek tersebut dirujuk dalam artian yang sama, yakni menjelaskan gambar seorang lelaki yang mengacu pada cerdikiawan yang karismatik.

Scane dispenser rusak, melekatkan ikon garpu untuk menangani dispenser yang rusak. Ikon garpu ditandai sebagai pengganti tekanan keran air biru. Tanda tersebut, mengandung cerita atau narasi yaitu *anak bangsa yang berkarya dengan kecerdikan; segala perkara dapat dituntaskan* yang

menjadi padu dan sarat makna. Sugesti yang diberikan menjelaskan bahwa sebagai manusia yang berakal, masalah sederhana dapat diselesaikan. Hal tersebut, dipersonifikasikan melalui penggunaan garpu yang memberi kemudahan seseorang, untuk memperoleh air minum dari dispenser rusak. Berdasarkan hubungan tanda dan objek pada tanda ikon, maka tanda dan objek tersebut dirujuk dalam artian yang sama, yakni menjelaskan kegunaan garpu yang mengacu pada akal dari cerdikiawan yang memanfaatkan benda disekitarnya.

Scane jualan bakso melekatkan ikon plastik. Pada kegiatan tersebut menunjukkan kebiasaan seseorang dalam memesan bakso berkuah, yang dicampur dalam satu plastik. Narasi pada kegiatan tersebut memberikan sugesti tentang singgungan penggunaan plastik. Plastik diibaratkan sebagai penggunaan primer dalam keseharian. Penggunaan plastik belum menunjukkan penurunan karena untuk kegiatan sederhana seperti memesan bakso, seseorang masih menggunakan plastik. *Scane* ini menjadi singgungan halus untuk setiap orang. Perihal ini, diperjelas dengan narasi yang menggelitik, yaitu *mereka menantang aturan klasik; kuah, mi, bakso, kompak satu plastik*.

Scane swafoto pekerja melekatkan tanda ikon cangkul dan gawai. Kedua ikon tersebut digunakan untuk mendokumentasikan sekelompok orang. Ikon cangkul ditandai sebagai pemanfaatan untuk pengganti tongkat narsis. Perihal ini, kegiatan yang dilakukan tersebut menyuguhkan sugesti bahwa benda-benda yang ada disekitar dapat dimanfaatkan. Kegiatan ini juga menyinggung keadaan di masa sekarang, setiap kegiatan di dokumentasikan dan membentuk citraan di setiap media. Hal ini, dijelaskan dengan narasi yaitu *bukan demi eksistensi; namun ranah untuk memperkaya gallery selfie*. Berdasarkan hubungan tanda dan objek tersebut dirujuk dalam artian yang sama, yakni tiruan tongkat narsis mengacu pada cerdikiawan yang pandai memanfaatkan barang disekitarnya yaitu berswafoto dengan menggunakan cangkul sebagai tongkat narsis.

Scane kehujanan melekatkan ikon payung, ojek daring, dan gawai. Ikon payung ditandai dengan pelindung badan untuk menghindari hujan. Ikon pengojek daring

ditandai dengan pria yang memakai jaket hijau, menggunakan helm dan berdiri disamping motornya. Ikon gawai ditandai dengan seseorang yang sedang menelpon dan mengaitkan gawainya pada jilbab yang dikenakannya. Kegiatan mengait gawai menunjukkan bahwa seseorang akan bersikap biasa saja dengan keadaan sekitar, termasuk melakukan obrolan menggunakan gawai meskipun hujan lebat. Kegiatan ini, dijelaskan dengan narasi yaitu *mereka menerobos semua permasalahan; lepas tangan pun bisa telponan*. Berdasarkan hubungan tanda dan objek tersebut dirujuk dalam artian yang sama. Tiruan pelindung mengacu pada cerdikiawan yang menghindari hujan dengan menggunakan payung sehingga terbebas dari basah kuyup.

Scane berkeramas melekatkan ikon kantong plastik hijau. Ikon kantong tersebut ditandai sebagai pengganti keran air, yang dilubangi seolah-olah membentuk pancuran air. Berdasarkan hubungan tanda dan objek tersebut dirujuk dalam artian yang sama. Tiruan pancuran air (*shower*) mengacu pada cerdikiawan yang memanfaatkan kreativitas untuk mandi seolah-olah menggunakan pancuran air (*shower*).

Scane pasar melekatkan ikon peniti. Ikon peniti ditandai sebagai pengait untuk memperbaiki sandal jepit yang masih bisa digunakan. Kegiatan ini menandakan bahwa masalah sederhana, dapat diatasi dengan menciptakan ide-ide sederhana. Perihal ini diperjelas dengan narasi yaitu *terus melangkah dalam ruang gerak yang minimal*. Berdasarkan hubungan tanda dan objek tersebut dirujuk dalam artian yang sama. Tiruan perekat mengacu pada pemanfaatan peniti yang digunakan untuk merekatkan sandal seperti semula.

Scane setrikaan melekatkan ikon setrika dan telur. Ikon setrika ditandai sebagai alat yang menghantarkan panas dan dapat mematangkan telur. Berdasarkan hubungan tanda dan objek tersebut dirujuk dalam artian yang sama, yaitu menjelaskan tiruan wajan. Interpretannya mengacu pada cerdikiawan yang memanfaatkan kreativitasnya untuk menggunakan setrikaan sebagai pengganti wajan.

Scane keadaan dalam mobil yang melekatkan ikon gawai dan sandal jepit. Ikon sandal jepit ditandai sebagai dudukan gawai

untuk di dalam mobil. Kedua ikon tersebut diibaratkan kebiasaan seseorang dalam mengendarai kendaraan. Berdasarkan hubungan tanda dan objek tersebut dirujuk dalam artian yang sama, yaitu menjelaskan tiruan dudukan gawai yang mengacu pada cerdikiawan yang memanfaatkan kreativitasnya untuk menggantikan dudukan gawai dengan sandal jepit.

Scane keceriaan melekatkan ikon gelas plastik. Ikon gelas plastik dimodifikasi dan diibaratkan sebagai alat pendengar (*earphone*). Berdasarkan hubungan tanda dan objek tersebut dirujuk dalam artian yang sama, yaitu menjelaskan tiruan alat pendengar musik (*earphone*) yang mengacu pada cerdikiawan dengan memanfaatkan kreativitasnya untuk *earphone* dengan modifikasi gelas plastik.

Scane aplikasi gojek melekatkan ikon gawai. Kehadiran ikon tersebut, memberikan sugesti bahwa dengan gawai segala hal dapat dijamah dalam genggamannya. Berdasarkan hubungan tanda dan objek tersebut dirujuk dalam artian yang sama, yaitu tiruan menggunakan gawai mengacu pada cerdikiawan yang memanfaatkan teknologi.

Interpretasi Makna Jenis Tanda Indeks

Berdasarkan hasil identifikasi tanda yang dilakukan dalam iklan Cerdikiawan Gojek Indonesia, diperoleh 12 tanda jenis indeks. *Scane* dispenser rusak menunjukkan kegiatan setelah mengatasi dispenser yang rusak, lelaki yang mengobrol kembali dengan teman yang ada di samping dispenser. Pada *scane* tersebut, melekatkan indeks keceriaan. Kehadiran indeks keceriaan tersebut, menandakan nuansa kekeluargaan yang hangat. Kedua lelaki saling mengobrol dan narasi dalam iklan mendukung kegiatan tersebut yaitu *garpupun menjadi alat berbagai kesejukan*.

Scane para penumpang tertidur, melekatkan indeks ekspresi tidur. Indeks tidur ditandai dengan kegiatan mengaso orang-orang yang berada dalam bus. Visualisasi yang ditampilkan menunjukkan keadaan seseorang dalam perjalanan jauh, lebih memilih untuk tidur dibanding kegiatan yang lainnya. Kegiatan tersebut memberi sugesti kepada orang disekitarnya untuk terlelap sembari menanti daerah tujuan. Narasi yang

dihubungkan dengan kegiatan tersebut yaitu *lika-liku jalanan tak mampu mengusik; menyangga kepala jadi inspirasi bagi yang melirik*. Narasi tersebut, mendukung indeks yang dilekatkan, serta memberi sugesti bahwa tidur akan membuat perjalanan tidak terasa jauh dan tidak melelahkan.

Scane perempuan terlelap melekatkan persepsi bahwa keadaan tersebut termasuk kebiasaan seseorang dalam perjalanan, yakni tidak memedulikan posisi tubuh atau ekspresi saat terlelap. Dampak dari posisi terlelap ini menjadi objek yang dapat jadi perhatian sekeliling. Oleh karena itu, indeks ekspresi tidur pada iklan tersebut memiliki hubungan sebab akibat dengan keadaan melelahkan. Mimik lesu yang ditampilkan sebagai petanda bahwa kepenatan yang dirasakan seseorang dapat membuyarkan konsentrasi sehingga kuah dan mie bakso dipisah meski dalam satu kantong plastik.

Scane kehujanatan melekatkan indeks hujan dan ekspresi kegembiraan. Indeks hujan ditandai sebagai cuaca buruk. Tetapi, pada kegiatan tersebut hujan tidak dijadikan sebagai penghalang untuk seseorang melanjutkan aktifitasnya. Indeks hujan pada iklan gojek tersebut memiliki hubungan sebab akibat dengan cuaca buruk. Indeks ekspresi kegembiraan menandakan suasana hati yang bahagia. Mimik ekspresi juga sebagai petanda bahwa wanita dalam iklan tersebut bersikap santai bertelepon tanpa memedulikan cuaca buruk.

Scane berkeramas melekatkan indeks kegiatan mandi dan indeks ekspresi keceriaan. Indeks mandi ditandai dengan seorang lelaki yang sedang berkeramas. Indeks keceriaan ditandai dengan ekspresi pria yang menghempaskan rambutnya sambil tersenyum. Kegiatan pada *scane* tersebut merupakan alternatif seseorang untuk memanfaatkan barang yang ada di sekitar. Sederhana tapi menggembarakan. Perihal ini, dijelaskan dengan narasi yaitu *menakjubkan; setiap hari mereka menyirami diri dengan gagasan*. Indeks mandi pada iklan gojek tersebut, memiliki hubungan sebab akibat pancuran air yang dimanfaatkan untuk berkeramas. Indeks keceriaan memiliki hubungan sebab akibat dengan suasana kebahagiaan. Mimik senyuman sebagai petanda bahwa adanya

kegembiraan yang terjadi pada pria yang berkeramas.

Scane pasar menunjukkan kegiatan berpasar. Indeks kegiatan berpasar menandakan suasana berbelanja kebutuhan sehari-hari. Seperti yang diketahui bahwa kegiatan berpasar selalu ramai pengunjung. Pada *scane* tersebut menunjukkan kehadiran gojek yang ditandai dengan jaket dan helm hijau. Selain itu, para pengunjung diperlihatkan dengan berbagai ekspresi. *Scane* pasar melekatkan indeks kaki melangkah. Indeks kaki melangkah yang ditandai dengan orang yang berjalan kaki. Hal tersebut, ditunjukkan dengan suasana yang digambarkan dalam iklan tersebut sebagai bentuk kehadiran seseorang. Indeks kaki melangkah pada iklan gojek tersebut memiliki hubungan sebab akibat seseorang yang berjalan kaki.

Scane setrikaan melekatkan indeks kegiatan memasak. *Scane* tersebut, melekatkan indeks memasak sebagai tanda kegiatan manusia, yang sedang menggoreng telur di bagian penghantar panas setrikaan sebagai pengganti wajan. Penceritaannya menunjukkan kreativitas, yang diciptakan oleh anak kos dengan penggambaran seolah-olah berada dalam kamar kos yang sederhana. Perihal tersebut, dijelaskan dalam narasi yaitu *melampaui batas dengan penuh akal*. Indeks memasak pada iklan gojek tersebut memiliki hubungan sebab akibat menggoreng telur.

Scane keadaan dalam mobil melekatkan indeks kegiatan memutar musik. Indeks kegiatan memutar musik ditandai sebagai suasana, yang mendukung perjalanan seseorang dengan mendengarkan musik. Hal tersebut, merupakan kebiasaan yang senantiasa ditemukan dalam keseharian seseorang. Diperjelas dengan narasi yaitu *jadilah cerdikiawan*. Indeks kegiatan memutar musik pada iklan gojek memiliki hubungan sebab akibat suasana santai.

Scane keceriaan melekatkan indeks ekspresi kegembiraan. Indeks kegembiraan ditandai dengan seorang perempuan yang menari dengan senang di bawah terik matahari. Perihal tersebut, dijelaskan dengan narasi yaitu *dan raih ragam solusi untuk setiap situasi*. Indeks kegembiraan memiliki hubungan sebab akibat dengan suasana bahagia. Mimik senyuman dan tertawa yang terjadi sebagai petanda bahwa adanya kegembiraan pada

perempuan yang seolah-olah mendengarkan musik.

Scane aplikasi gojek melekatkan indeks tangan. Kehadiran indeks tangan menandakan kehadiran seseorang. Perihal tersebut, membangun sugesti dalam benak khalayak ramai bahwa aplikasi gojek merupakan aplikasi daring yang bersahabat dengan masyarakat dan memahami kebutuhan masyarakat. Sugesti tersebut membangun citraan perusahaan dalam mendemonstrasikan aplikasi gojek. Indeks tangan pada iklan gojek tersebut memiliki hubungan sebab akibat dengan kehadiran seseorang. Tangan yang menggenggam gawai sebagai petanda bahwa adanya kehadiran seseorang yang ditunjukkan seolah-olah sedang memilih layanan pada aplikasi gojek.

Scane penutup iklan melekatkan indeks kalimat. Indeks kalimat ditandai dengan tagar *#PastiAdaJalan* menjelaskan bahwa masalah yang dilalui dalam keseharian memiliki solusi. Indeks kalimat *#PastiAdaJalan* memiliki hubungan sebab akibat solusi permasalahan. Indeks kalimat tersebut, merupakan jargon yang menjadi sebuah petunjuk dan ajakan bagi yang membutuhkan bantuan dalam menghadapi masalah dalam kehidupan sehari-hari.

Interpretasi Makna Jenis Tanda Simbol

Berdasarkan hasil identifikasi tanda yang dilakukan dalam iklan Cerdikiawan Gojek Indonesia, diperoleh 2 tanda jenis simbol. *Scane* aplikasi gojek melekatkan simbol perusahaan yakni logo *solv* gojek dan warna hijau. Kehadiran warna hijau disetiap *scane* dalam iklan menandakan ketentraman yang bernuansa lingkungan. Penggunaan warna hijau sebagai simbolik dari gojek memudahkan khalayak ramai untuk mengenali gojek dan terkesan memberikan efek yang menenangkan. Simbol *solv* gojek ditandai sebagai lambang aplikasi gojek. Simbol ini menjelaskan bahwa gojek memiliki berbagai solusi untuk setiap situasi, dan memberikan *power* untuk melewati keribetan sehari-hari. Perihal ini, dijelaskan dalam narasi yaitu *layaknya aplikasi karya anak bangsa*. Simbol yang ada pada iklan ini yaitu logo *solv*. Logo *solv* merupakan simbol dari perusahaan gojek,

logo *solv* menjadi identitas dari perusahaan yang meluncurkan gojek.

Scane penutupan iklan melekatkan simbol *solv* gojek. Simbol *solv* gojek dihadirkan dalam *scane* penutup, dimaksudkan sebagai solusi keribetan yang dilalui. Perihal simbol ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan aplikasi gojek tentu akan ada jalan untuk mengatasi situasi.

PEMBAHASAN

Tanda jenis ikon dalam iklan Cerdikiawan Gojek Indonesia menunjukkan kehadiran benda-benda yang multifungsi. Artinya, kegunaan dari benda yang sesungguhnya berfungsi untuk sesuatu yang lain. Perihal tersebut diperjelas dengan kehadiran garpu, plastik, cangkul, kantong plastik besar, peniti, setrika, sandal jepit, dan gelas plastik.

Kehadiran garpu dalam iklan terkesan menyampaikan bahwa pengait air kontrol pada dispenser yang patah dapat digantikan dengan menggunakan garpu. Garpu dapat dijadikan sebagai pengait untuk air kontrol dispenser karena ruas-ruas sendok garpu mudah dikaitkan. Plastik yang sebenarnya dijadikan sebagai pembungkus bakso dipelesetkan sebagai bentuk teguran yang menyindir tentang gerakan penggunaan plastik. Perihal tersebut, menjadi sesuatu yang menggelitik dalam iklan karena ditampilkan dengan cara penggunaan kantong plastik yang diluar dugaan oleh penjual bakso.

Cangkul dalam iklan terkesan menyampaikan bahwa kemajuan teknologi dapat meningkatkan citraan seseorang melalui dokumentasi disetiap kegiatannya. Cangkul tersebut digunakan sebagai pengganti tongsis atau tongkat narsis. Kantongan plastik besar dalam iklan terkesan menyampaikan bahwa setiap orang ingin merasakan kehidupan yang terkesan berlebihan, misalnya penggunaan *shower*. Tetapi, dalam iklan dipelesetkan dengan cara menggantung kantong plastik besar yang telah di lubangi menyerupai tetesan air *shower*.

Peniti merupakan barang yang senantiasa mengaitkan hal-hal kecil. Dalam iklan, peniti terkesan menyampaikan bahwa hal-hal kecil yang tidak terlihat mampu disembuyikan dengan cara yang elegan.

Setrika dalam iklan terkesan menyampaikan bahwa kehidupan seorang anak kos yang serba kekurangan tidak menjadikannya lemah untuk menciptakan hal-hal baru. Perihal tersebut dinyatakan sebagai bentuk gagasan anak muda yang senantiasa menghadirkan sesuatu yang cemerlang.

Sandal jepit dalam iklan rekesan menyampaikan bahwa hal-hal yang tampaknya bernilai rendah dapat menjadikan sesuatu menjadi berharga bila dipergunakan dengan akal yang baik. Kehadiran gelas dalam iklan terkesan menyampaikan bahwa hal-hal kecil dapat membahagiakan seseorang sesuai dengan pola pikir mereka membangun kreativitas.

Sementara, tanda jenis indeks dalam iklan menunjukkan kegiatan yang dilakukan seseorang dengan memanfaatkan benda-benda disekitarnya. Artinya, benda-benda yang ada disekeliling seseorang dapat membantu menyelesaikan hal-hal kecil yang tidak terduga. Perihal tersebut diperjelas dengan berbagai kegiatan yang dilakukan para model dalam iklan.

Kegiatan yang dilakukan para model dalam iklan terkesan membangun pola pikir yang kreatif. Kreativitas yang dihadirkan melalui penyelesaian masalah yang langsung ditindaki oleh para model dalam iklan. Dimulai dari pemanfaatan barang-barang kecil hingga menghadirkan berbagai cara yang dapat membuat seseorang berbahagia. Runtutan cerita yang dihadirkan memiliki keterkaitan dengan kegiatan yang dihadirkan dalam iklan. Oleh karena itu, indeks dalam iklan Cerdikiawan Gojek Indonesia terbentuk atas peranan yang dilakukan para model dalam iklan.

Selanjutnya, tanda jenis simbol dalam iklan menunjukkan citraan dan eksistensi perusahaan. Artinya, segala yang terkait dengan perusahaan ditampilkan dalam iklan untuk memudahkan khalayak ramai mengenali dan memahami kegunaan Gojek. Jika lambang atau simbolis perusahaan senantiasa dihadirkan dalam iklan, maka sistem signifikasi tanda perusahaan dapat tertanam dalam benak khalayak ramai. Perihal tersebut diperjelas dengan kehadiran warna hijau dan logo perusahaan.

Warna hijau menjadi warna kehidupan yang telah melekat dengan Gojek. Warna hijau

terkesan memberi nuansa yang menenangkan dan bersifat menstimulus seseorang. Selain itu, warna hijau dilekatkan pada Gojek untuk membangun citraan yang merakyat. Perihal tersebut, dipengaruhi oleh simbolis ramah lingkungan yang senantiasa dilekatkan dengan warna hijau. Oleh karena itu, Gojek membangun citraan yang merakyat melalui pemberian warna hijau pada merek dagang dan segala hal yang terkait.

Logo perusahaan Gojek atau yang dikenal sebagai logo *solv* terkesan membangun interpretasi bahwa logo *solv* tersebut membentuk tombol *power*. Perihal tersebut, membangun pemaknaan bahwa Gojek senantiasa hadir dalam jaringan yang dapat menjadi kekuatan sehingga dapat ditemukan kapan saja dan dimana saja. Logo *solv* yang diartikan sebagai tombol *power* berlandaskan tiga pilar yang menjadi kekuatan untuk berkuasa. Oleh karena itu, tiga pilar gojek yakni kecepatan, inovasi, dan dampak sosial direpresentasikan dengan fitur layanan yang dihadirkan dalam aplikasi guna sebagai penunjang untuk memudahkan masyarakat konsumen.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa jargon *cerdikiawan* yang diusung gojek menyuguhkan sugesti yang bermakna dalam kehidupan seseorang. Selain itu, berpikir kreatif dapat membantu seseorang menjalani kehidupan masa kini. Berbagai tindakan yang dilakukan para model dalam iklan menunjukkan kreativitas yang bermakna. Hal ini, dapat diamati dari kehadiran makna pesan tanda melalui berbagai pernyataan verbal dan nonverbal menjadi tanda jenis ikon, indeks, dan simbol yang saling terkait dalam iklan.

Selain itu, persajakan dan narasi yang dihadirkan dalam iklan menjadi sindiran bagi masyarakat masa kini. Masyarakat masa kini sering kali melakukan hal-hal diluar nalar mereka dan menuntut ide-ide kreatif guna menjaga eksistensi diri. Oleh karena itu, kosa kata *cerdikiawan* yang dilekatkan dalam iklan Gojek menjadi penyadaran untuk memaknai hidup dengan lebih baik.

REFERENSI

- Gunawan, I. 2013. Metode penelitian kualitatif. *Jakarta: Bumi Aksara*.
- Lee, M., & Johnson, C. 2011. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global* (Vol. 3). Jakarta: Kencana.
- Max, L. 2018. Analisis Semiotik Masalah Etika Dalam Iklan (Studi Kasus Iklan Majalah “Ayahbunda” Tahun 2013 Dan Tahun 2014). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 39–53.
- Morrison, M. 2015. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Tinarbuko, S. 2004. Semiotika Analisis Tanda Pada Karya Desain Komunikasi Visual. *Nirmana*, 5 (1).
- Yunus, M. 2018. Go-Jek Sebagai Simbol Perubahan Sosial Dan Ekonomi Di Kota Tegal. *Equilibria Pendidikan: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 2 (2), 59–68.